

REDESIGN IDENTITAS VISUAL LUNPIA KINGS

HARIYADI NUGROHO

(Pembimbing : Muslih, M.Kom, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114200700081@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Semarang merupakan Ibu Kota Jawa Tengah memiliki daya tarik dalam wisata juga terdapat kuliner sebagai makanan khas kota Semarang. Dari banyaknya produk, Lunpia Kings salah satu usaha yang dirintis pada awal 2009 oleh bapak Eddy Arissianto dan keluarganya yang bertempat di showroom UMKM Centre Jawa Tengah Jl. Setiabudi 192 Semarang. Masalah dalam redesign logo sebagai identitas visual Lunpia Kings ini hanya lebih menekankan terhadap identitas visual untuk menciptakan logo beserta aplikasi media tujuan dari perancangan redesign identitas visual ini adalah menciptakan identitas visual bagi produk Lunpia Kings dalam bentuk logo. Redesign Logo Sebagai Identitas Visual Lunpia Kings ini, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif karena penulis akan mencari makna hubungan antara Lunpia Kings dengan target audience serta Identitas Visual. Proses pengumpulan data dibagi berdasarkan jenis-jenis data, antara lain Wawancara,dan Dokumentasi. Metode Analisis Data ini menggunakan SWOT dan Brainstorming dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan. Metode analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) yang bertujuan menghadapi permasalahan dan memperketat banyaknya persaingan merek dagang dari lunpia yang berada di Kota Semarang .

Kata Kunci : Redesign,visual,lunpia kings

VISUAL IDENTITY REDESIGN FOR LUNPIA KINGS

HARIYADI NUGROHO

(Lecturer : Muslih, M.Kom, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of
Computer Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 114200700081@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Semarang is the capital of Central Java has an appeal in as a tourist there are also culinary specialties Semarang. Of the many products, Lumpia Kings one of the efforts initiated in early 2009 by the father of Eddy Arissianto and his family were housed in the showroom SME Centre in Central Java Jl. Setiabudi 192 Semarang. Problems in the redesign of the logo as a visual identity Lumpia Kings is just more emphasis on the visual identity to create a logo along with the media application purpose of designing visual identity redesign was to create a visual identity for the product Lumpia Kings in the form of a logo. Redesign Logo For Visual Identity Lumpia Kings, the author uses qualitative and quantitative methods for authors will find the meaning of the relationship between Lumpia Kings with the target audience and Visual Identity. The data collection process is divided types of data, such as interviews, and documentation. This data analysis method using SWOT and Brainstorming can clearly describe how external opportunities and threats facing the company. Method SWOT analysis (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) analysis designed to address the problem and tighten the number of competition trademarks of Lumpia in the city of Semarang .

Keyword : Redesign,visual,lunpia kings